



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode pengumpulan data *mixed method* (Creswell, 2018). Penulis akan melakukan penelitian kualitatif dalam bentuk wawancara dan penelitian kuantitatif dalam bentuk kuesioner. Wawancara akan dilakukan kepada ahli ophthalmologist (ahli mata) untuk mencari tahu lebih dalam tentang *computer vision syndrome* secara umum dan juga *computer vision syndrome* di kalangan mahasiswa di Indonesia. Selain ophthalmologist, penulis juga akan melakukan wawancara kepada seorang pekerja dan FGD dengan mahasiswa. Wawancara tersebut dilakukan untuk melihat kebiasaan dan opini tentang penggunaan komputer dari target kampanye. Penulis juga akan melakukan studi eksisting dengan kampanye sosial yang telah ada.

3.1.1. Wawancara Ophthalmologist

Penulis berencana untuk melakukan wawancara kepada spesialis mata *ophthalmologist* dr. Ni Nyoman Triharpini, Sp.M untuk mencari tau *computer vision syndrome* di Indonesia terutama kalangan mahasiswa.

Wawancara dilakukan pada tanggal 7 Maret 2020, di Optik Sekar. Dr. Ni Nyoman Triharpini, Sp.M mengatakan bahwa prevalensi *computer vision syndrome* di Indonesia banyak terjadi, terutama yang menggunakan banyak komputer terutama anak muda. Namun tidak berarti orangtua tidak memiliki masalah

computer vision syndrome, orangtua juga bisa terkena *computer vision syndrome* tapi tergantung dengan pekerjaannya.

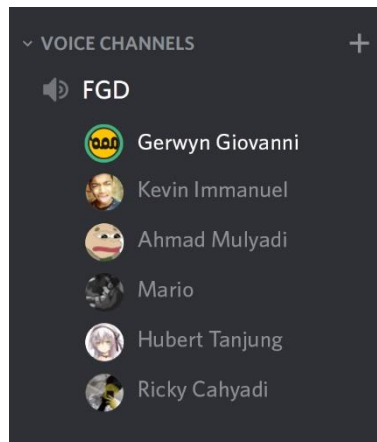


Gambar 4.1. Wawancara dengan dr. Ni Nyoman Triharpini, Sp. M.

Menurut dr. Nyoman, besarnya persentase prevalensi *computer vision syndrome* di Indonesia adalah sebuah masalah yang perlu diatasi. Pengguna perlu menggunakan komputer dalam waktu yang lama, sehingga *computer vision syndrome* dapat mengganggu aktivitas pengguna dan menyebabkan masalah jika dibiarkan.

3.1.2. Focus Group Discussion

Focus group discussion dilakukan pada tanggal 7 Maret 2020 pada aplikasi voice call Discord. FGD dilakukan dengan mahasiswa dan pekerja tentang penggunaan komputer di kehidupan sehari-hari mereka. Berikut adalah nama mahasiswa yang terlibat, Mario, Kevin, Ahmad, Hubert dan Ricky. Tujuan dari FGD ini adalah untuk mencari tahu penggunaan komputer di keseharian mereka, dan juga dampak *online class* dan *work from home* kepada masa penggunaan komputer mereka.



Gambar 4.2. FGD yang dilakukan pada Discord *Voice Call*

Hasil dari FGD menunjukkan bahwa semua mahasiswa dan pekerja menggunakan komputer keseharian mereka. Mereka merasa bahwa penggunaan komputer di hidup mereka itu penting, namun memiliki tingkat kepentingan yang berbeda-beda. Mereka menggunakan komputer untuk bekerja, mengerjakan tugas, riset, membuat presentasi, mengakses *e-learning* dan juga berbagai tugas lainnya. Fakultas dan pekerjaan yang berbasis digital seperti desain, merasa bahwa komputer sangat penting di masa perkuliahan mereka. Rata-rata penggunaan komputer untuk perkuliahan adalah sekitar 3-5 jam per hari. Namun setelah terjadinya *online class* dan *online meeting* yang diakibatkan pandemic COVID-19, masa penggunaan komputer mereka bertambah hingga lebih dari 3 jam per harinya. Mereka memiliki berbagai keluhan dari penggunaan komputer, terutama mata merah/kering dan lelah, dan juga sakit leher/punggung. Keluhan mereka bertambah setelah diadakannya *online class* dan *work from home* karena bertambahnya jangka waktu penggunaan komputer. Selain menggunakan komputer untuk perkuliahan

dan bekerja, beberapa dari mereka juga menggunakan komputer untuk hiburan dan juga bekerja seperti *freelance* dan bisnis sampingan.

Kesimpulan dari FGD yang dilakukan penulis adalah komputer penting untuk masa perkuliahan dan di pekerjaan, dimana mahasiswa dan pekerja dapat menghabiskan waktu didepan komputer yang cukup lama untuk perkuliahan. Waktu itu sendiri bertambah banyak dikarenakan terjadinya *online class* dan *work from home*, dimana mengakibatkan mereka lebih sering terkena gejala *computer vision syndrome*. Mereka juga cenderung menggunakan komputer untuk hal diluar perkuliahan dan pekerjaan untuk hiburan dan bekerja sehingga menambah waktu pemakaian komputer mereka.

3.1.3. Kuesioner

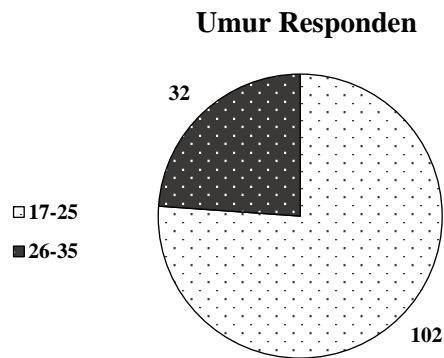
Penulis menyebarkan kuesioner untuk mengetahui kebiasaan mereka saat menggunakan komputer, dampak dari *computer vision syndrome* dan juga pengetahuan tentang *computer vision syndrome*. Kuesioner dilakukan menggunakan *google form* dan disebarkan kepada mahasiswa/pekerja yang berdomisili di kota-kota urban di pulau Jawa. Penulis memilih pulau Jawa karena pulau jawa memiliki pengguna komputer terbesar di Indonesia yaitu sekitar 32 juta pengguna komputer (PC & Laptop) (Kominfo, 2017)

Tabel 4.1. Rumus Slovin

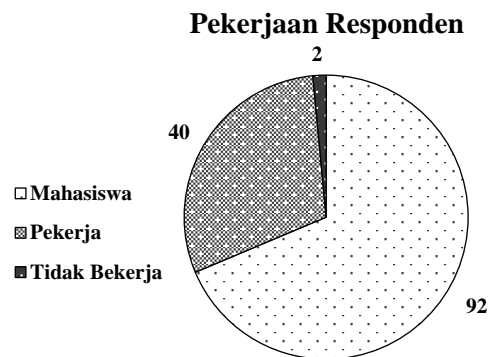
Margin of Error	Confidence Level	Population Size	Sample Size
8.5%	90%	32.000.000	94

Total responden dari kuesioner adalah 134 orang. Dari 134 responden, 102 berumur 17-25 dan 32 berumur 26-35. 92 responden adalah mahasiswa dan pelajar,

sedangkan 36 adalah karyawan/pekerja. Mayoritas responden berdomisili di Jakarta (56), Tangerang (39) dan Surabaya (34).



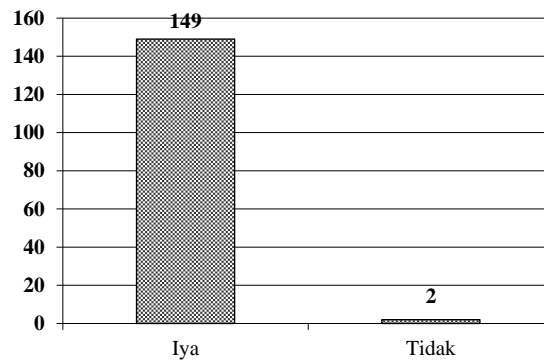
Gambar 4.3. Umur Responden



Gambar 4.4. Pekerjaan Responden

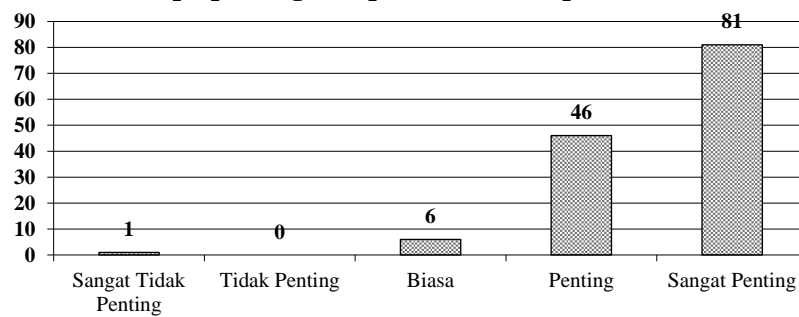
Hasil dari kuesioner menunjukkan hanya 2 responden yang tidak memiliki PC/laptop. 94% dari responden merasa bahwa komputer sangat penting atau penting di keseharian mereka. Sebagian besar responden menjawab bahwa fungsi utama komputer adalah antara belajar, atau bekerja. Hampir setengah dari responden, yaitu 60 orang menjawab bahwa mereka menggunakan komputer lebih dari 5 jam.

Apakah anda memiliki komputer?



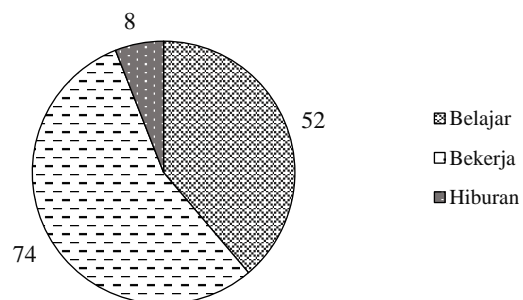
Gambar 4.5. Kepemilikan Komputer

Seberapa penting komputer di kehidupan sehari-hari?

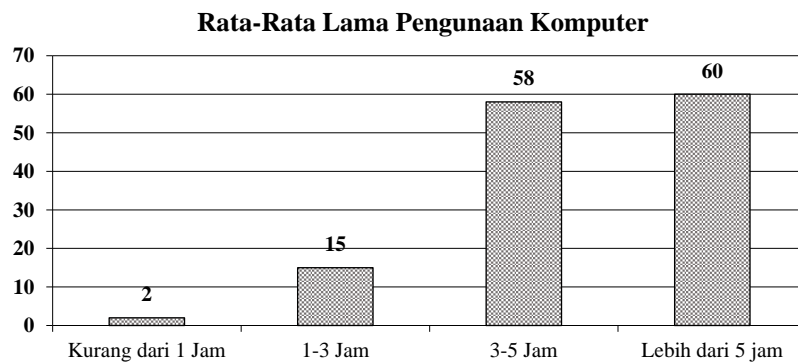


Gambar 4.6. Kepentingan Komputer

Fungsi utama komputer



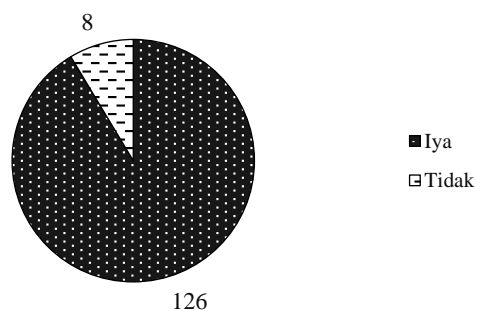
Gambar 4.7. Fungsi Utama komputer



Gambar 4.8. Rata-rata lama penggunaan Komputer

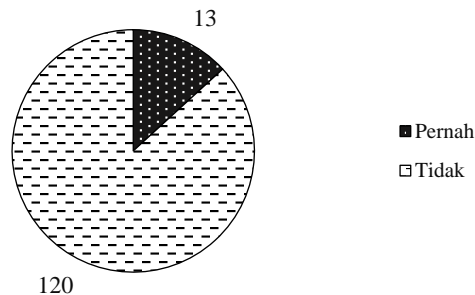
Dari 134 responden, hanya 8 yang tidak merasakan gejala *computer vision syndrome* sama sekali saat menggunakan komputer. 126 responden setidaknya merasakan satu gejala *computer vision syndrome*. Hanya 29 Responden yang mengambil waktu beristirahat saat menggunakan komputer setiap 20-30 menit. 87% responden tidak pernah mendengar istilah *computer vision syndrome*.

**Merasakan Setidaknya 1 Gejala
*Computer Vision Syndrome***



Gambar 4.9. Merasakan gejala *Computer Vision Syndrome*

**Mendengar istilah *Computer Vision Syndrome*
atau *Digital Eye Strain***



Gambar 4.10. Pengetahuan tentang *computer vision syndrome*

Hasil dari data kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak pernah mendengar istilah *computer vision syndrome*. Selain itu, komputer adalah hal yang penting di kehidupan sehari-hari mahasiswa/pekerja. Mahasiswa dan pekerja dapat menghabiskan waktu yang lama di depan layar komputer untuk bekerja maupun belajar. Penggunaan komputer yang berkepanjangan sendiri akhirnya membuat pengguna rawan terkena gejala *computer vision syndrome* di mana lebih dari 90% responden setidaknya merasakan satu gejala. Responden yang mengambil langkah-langkah seperti beristirahat untuk menghindari *computer vision syndrome* merasakan jumlah gejala yang lebih kecil.

3.1.4. Studi Eksisting

Bersama dengan *Save Your Vision Month* pada bulan Maret, *Start with Eye* adalah sebuah kampanye yang dibuat oleh *American Optometric Association*. Kampanye *Start with Eye* adalah bagian dari program #2020EyeExam, dimana *American Optometric Association* mencoba untuk membuat pengecekan mata sebuah hal yang rutin.



Gambar 4.11. #2020EyeExam
(<http://www.invision2020.com/start2020clearly/>, 2020)

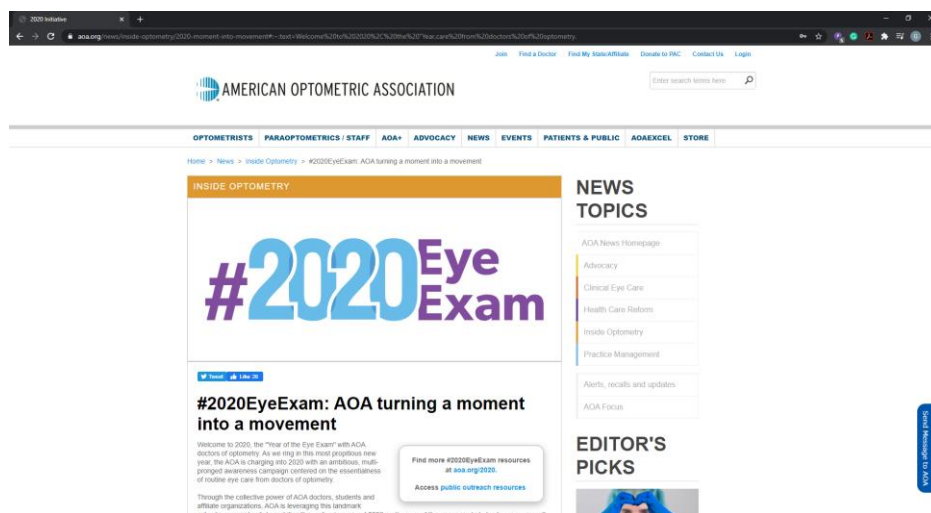
Start with Eye adalah sebuah *multi-phased campaign* untuk meyakini publik mengapa pengecekan mata tahunan itu diperlukan. Kampanye tersebut sebagian besar berpusat kepada media sosial Instagram. Hal ini dikarenakan mereka dapat mengajak orang-orang untuk *share* dan juga memiliki banyak medium dalam bentuk gambar dan juga video. Hal menarik yang dilakukan oleh *Start with Eye* adalah kerja samanya bersama Lyft, sebuah aplikasi *ridesharing* seperti Uber, Gojek dan Grab. Kerja sama tersebut memberi diskon saat menggunakan Lyft untuk pergi melakukan pengecekan mata.

Kampanye tersebut juga sering menggunakan *motion graphic* untuk menarik perhatian audiens dan untuk menjelaskan tentang mengapa penting untuk melakukan pengecekan mata.



Gambar 4.12. *Motion Graphic Start with Eye*
(https://www.instagram.com/p/B9Pm7cfJx_w/, 2020)

Walaupun berpusat pada Instagram, kampanye juga memiliki website untuk orang-orang yang ingin tau lebih lanjut di aoa.org. Walaupun *website* sudah terdiri dari lama, namun terjadi *rebranding* untuk *website* sehingga selaras dengan kampanye yang mereka sedang jalankan.



Gambar 4.13. *Website AOA*
(www.aoa.org, 2020)

Terjadinya COVID-19 pada pertengahan kampanye mereka juga membuat mereka beradaptasi dengan konten yang dikeluarkan. Dengan banyaknya pembicaraan COVID, kampanye tersebut juga membuat konten yang bersangkutan dengan mata dan *event* yang sedang terjadi sehingga dapat meraih lebih banyak audiens dan memberi *awareness* kepada lebih banyak orang.



Gambar 4.14. *Post* COVID-19
(https://www.instagram.com/p/B9Pm7cfJx_w//, 2020)

3.1.5. Profil Lembaga Pengusung Kampanye

Penulis memilih Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) adalah kementerian yang mengurus urusan kesehatan. Kemenkes RI dipimpin oleh Dr. dr. Terawan Agus Putranto, Sp. Rad. (K) RI. Terdapat 4 direktorat jenderal di dalam Kemenkes RI, yaitu Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat, Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, Pelayanan Kesehatan dan Kefarmasian dan Alat Kesehatan.

3.1.5.1. Tugas & Fungsi

Tugas Kemenkes RI adalah untuk membantu presiden mengurus urusan pemerintah dalam bidang kesehatan.

- a. Pembuatan dan pelaksanaan kebijakan kesehatan, pencegahan dan pengendalian penyakit dan menyediakan pelayanan kesehatan.
- b. Pengelolaan aset negara yang berhubungan dengan Kementerian Kesehatan.
- c. Melakukan penelitian di bidang kesehatan.
- d. Pengelolaan tenaga kesehatan, perkembangan dan pemberdayaan SDA dalam bidang kesehatan.
- e. Bimbingan pelaksanaan urusan Kemenkes RI di daerah.
- f. Dukungan substansif kepada seluruh unsur organisasi yang berhubungan dengan Kemenkes RI.

3.1.5.2. SUBDIT GIF

Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular (P2PTM) adalah bagian dari Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit (P2P). Didalam P2PTM sendiri terdapat 5 subdirektorat, salah satunya adalah Subdirektorat Gangguan Indera dan Fungsional (SUBDIT GIF). Subdirektorat Gangguan Indera dan Fungsional memiliki tugas seperti:

- a. Penyiapan dan perumusan kebijakan.
- b. Penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria.
- c. Pemberian bimbingan teknis dan supervisi.

- d. Pertanggung jawaban di bidang pencegahan dan pengendalian gangguan indera dan fungsional.
- e. Pemantuan, evaluasi dan pelaporan di bidang pencegahan dan pengendalian gangguan indera & fungsional.

3.1.5.3. GERMAS

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) adalah sebuah gerakan nasional yang dijalankan oleh Kemenkes RI. Gerakan tersebut bertujuan untuk mementingkan budaya hidup sehat dan meninggalkan perilaku masyarakat yang kurang sehat. GERMAS mengedepankan upaya promotif dan preventif.

3.2. Metodologi Perancangan

Penulis menggunakan gabungan dari Landa (2010) dan Ostegaard (dikutip dalam Venus, 2004).

3.2.1. Mengidentifikasi Masalah

Hubungan sebab-akibat dari masalah tersebut harus dicari dengan dukungan fakta-fakta sehingga dapat di analisa menggunakan ilmu-ilmu seperti psikologi dan sosiologi. Jika hasil analisa menunjukkan bahwa kampanye efektif mengurangi permasalahan tersebut, maka kampanye dapat dilakukan (Ostegaard, 2004).

3.2.1.1. Overview

Pada tahap overview, penulis akan menerapkan tujuan dan objektif dari kampanye, mengenali target kampanye, dan menetapkan jadwal dan deadline (Landa, 2010, hlm. 14).

3.2.2. Perancangan dan Pelaksanaan

Di tahap ini riset dilakukan untuk mencari karakteristik dari target audiens. Hal itu dilakukan agar kampanye tidak gagal mengenai target. Lalu konten dari kampanye dibuat untuk memicu perubahan sikap, perspektif dan pengetahuan target audiens (Ostegaard, 2004).

3.2.2.1. Strategy

Strategy adalah sebuah tahap dimana penulis akan merencanakan strategi kampanye sehingga dapat mencapai target kampanye. Strategi kampanye biasa dibuat dalam bentuk creative brief (Landa, 2010, hlm. 16).

3.2.2.2. Ideas

Sebuah iklan yang kreatif harus bisa menyampaikan sebuah pesan kepada target melalui sebuah ide yang disampaikan dengan desain visual dan copywriting. Untuk membuat sebuah ide, penulis memerlukan riset, analisis, intepertasi dan creative thinking (Landa, 2010, hlm. 18).

3.2.2.3. Design

Penulis memvisualisasikan ide-ide yang telah dibuat dan juga membuat copywriting yang dapat berkomunikasi dengan target audiens. Terdapat 3 tahap pada saat mendesain:

- a. *Thumbnail sketches*, sebuah gambaran kecil dari berbagai ide yang telah dipikirkan penulis.
- b. *Roughs*, sebuah gambaran yang lebih besar dan terperinci. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memperjelas ide-ide terbaik penulis.
- c. *Comprehensive*, adalah sebuah gambaran yang terperinci dan mendekati hasil akhir yang akan di produksi. Pada tahap comprehensive, tulisan, ilustrasi, foto, dan layout dibuat semirip mungkin dengan hasil final (Landa, 2010, hlm. 20).

3.2.2.4. Production

Di fase ini penulis memproduksi desain yang telah dibuat dan memimplementasikan di media-media yang telah ditetapkan (Landa, 2010, hlm. 21).

3.2.3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah kampanye telah selesai dilaksanakan untuk mengecek keefektifan kampanye dalam mengatasi masalah yang telah ditentukan (Ostegaard, 2004).

3.2.3.1. Implementation

Setelah proyek telah dijalankan, penulis mengulas dan menilai keefektifan dari proyek tersebut (Landa, 2010, hlm. 22).